Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL

Strategi Pengembangan

Ekonomi Kreatif

di Era Digital

Penulis:
Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.

KBM INDONESIA

PENERBIT KBM INDONESIA

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia. Serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL

Copyright @2025 by Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.
All rights reserved
ISBN | 978-634-202-244-3
15 x 23 cm, vi + 173 halaman
Cetakan ke-1, Maret 2025

Penulis | Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.
Desain Sampul | Aswan Kreatif
Tata Letak | Eka Alivia
Editor Naskah | Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc.
Diterbitkan Oleh:
PENERBIT KBM INDONESIA
Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia)
NO. IKAPI 279/JTI/2021
Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)
081357517526 (Tlpn/WA)
Website | penerbitkbm.com | www.penerbitbukumurah.com
Email | naskah@penerbitkbm.com | toko.penerbitbukujogja.com
Youtube | Penerbit KBM Sastrabook
Instagram | @penerbit.kbm | @penerbitbukujogja

Isi Buku Diluar Tanggungjawab Penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di
DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga buku ini, "Ekonomi Kreatif di Era Digital: Inovasi, Kolaborasi, dan Keberlanjutan," dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai respons terhadap dinamika dan tantangan global yang dihadapi industri kreatif dalam memasuki era digital, sekaligus menjadi panduan komprehensif bagi pembaca yang ingin memahami dan terlibat dalam perkembangan ekonomi kreatif.

Dalam beberapa dekade terakhir, ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang paling dinamis dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta inovasi sosial dan teknologi. Digitalisasi telah membuka peluang besar bagi para pelaku kreatif, namun juga menghadirkan tantangan baru seperti kesenjangan akses teknologi, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan keberlanjutan di tengah perubahan yang cepat. Buku ini disusun untuk menjawab kebutuhan akan wawasan mendalam terkait isu-isu tersebut.

Isi buku ini mencakup berbagai aspek penting, mulai dari definisi ekonomi kreatif, peran teknologi digital, studi kasus sektor-sektor unggulan, hingga strategi keberlanjutan untuk memastikan dampak positif jangka panjang. Kami juga membahas bagaimana kolaborasi lintas sektor, inovasi, dan pengembangan kompetensi dapat menjadi kunci utama dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Harapan kami, buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pembuat kebijakan, akademisi, pelaku usaha, kreator, dan masyarakat umum yang memiliki minat dalam memajukan ekonomi kreatif. Kami percaya bahwa ekonomi kreatif bukan hanya tentang inovasi dan penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga tentang membangun masyarakat yang inklusif, berkelanjutan, dan saling mendukung.

Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan, dan untuk itu, kami terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi positif dalam menginspirasi ide-ide baru dan mendorong kolaborasi untuk menciptakan dampak nyata di sektor ekonomi kreatif.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam proses penulisan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan menjadi salah satu upaya bersama untuk memperkuat ekonomi kreatif di era digital.

Selamat membaca!

Daftar Isi

Kata Pengantar..... i
Daftar Isi iii

Bab 1 Pendahuluan..... 1
A. Pengertian Ekonomi Kreatif 2
B. Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia dan Global. 6
C. Era Digital: Peluang dan Tantangan bagi Ekonomi Kreatif9
D. Tujuan dan Ruang Lingkup Buku 12

Bab 2 Konsep dan Pilar Ekonomi Kreatif 17
A. Definisi dan Komponen Ekonomi Kreatif 18
B. Pilar Utama: Inovasi, Kreativitas, dan Kewirausahaan... 21
C. Peran Teknologi dalam Ekonomi Kreatif 25
D. Studi Kasus Sektor-Sektor Unggulan (Film, Musik, Kuliner, Desain, dll.)..... 29

Bab 3 Dampak Digitalisasi terhadap Ekonomi Kreatif . 35
A. Digitalisasi sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif..... 36
B. Transformasi Model Bisnis dalam Ekonomi Kreatif 40
C. Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digital..... 43
D. Analisis Tren Digital Terkini (E-commerce, AI, Blockchain, dll.)..... 47

Bab 4 Strategi Pengembangan Produk dan Layanan Kreatif 51
A. Inovasi dalam Pengembangan Produk dan Layanan 52
B. Pemanfaatan Teknologi untuk Meningkatkan Nilai Tambah 55
C. Desain dan Branding sebagai Keunggulan Kompetitif ... 59

D. Kolaborasi dan Co-creation dalam Ekonomi Kreatif 63

Bab 5 Peran Platform Digital dalam Ekonomi Kreatif .. 67
A. Marketplace dan Media Sosial sebagai Sarana Promosi dan Distribusi 68
B. Ekosistem Digital untuk Kreator dan Usaha Kecil 71
C. Pemanfaatan Streaming dan Platform Konten 75
D. Tantangan Monetisasi di Era Digital 78

Bab 6 Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kreatif... 83
A. Kompetensi yang Dibutuhkan di Era Digital 84
B. Pendidikan dan Pelatihan untuk Peningkatan Kapasitas 89
C. Membangun Komunitas Kreatif dan Inkubator Bisnis 93
D. Peran Generasi Muda dalam Mendorong Ekonomi Kreatif 97

Bab 7 Inovasi dan Teknologi dalam Ekonomi Kreatif 103
A. Peran Teknologi Baru (AR/VR, AI, IoT) dalam Ekonomi Kreatif 104
B. Penerapan Big Data untuk Analisis Pasar dan Pengambilan Keputusan 108
C. Inovasi Berbasis Lingkungan dan Keberlanjutan 111
D. Studi Kasus Inovasi Sukses di Ekonomi Kreatif 116

Bab 8 Kebijakan dan Regulasi untuk Mendukung Ekonomi Kreatif 121
A. Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung Ekonomi Kreatif 122
B. Regulasi terkait Hak Kekayaan Intelektual di Era Digital 125
C. Insentif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif 129
D. Kolaborasi antara Pemerintah, Swasta, dan Akademisi 133

Bab 9 Tantangan dan Solusi dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif 139

A. Tantangan Teknologi dan Infrastruktur 140
B. Masalah Pembiayaan dan Akses Modal 143
C. Kesetaraan Akses dan Digital Divide 147
D. Strategi untuk Mengatasi Tantangan Utama 151

Bab 10 Masa Depan Ekonomi Kreatif di Era Digital ... 155
A. Prediksi Perkembangan Ekonomi Kreatif di Masa Depan 156
B. Peran Inovasi dan Kolaborasi Global 159
C. Strategi Keberlanjutan untuk Ekonomi Kreatif 162
D. Kesimpulan dan Rekomendasi 166

Daftar Pustaka..... 171
Profil Penulis 173

Daftar Pustaka

Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital: Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang. *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah, 2*(2), 121-138.

Bryman, A., & Bell, E. (2020). *Business Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.

Drucker, P. F. (2017). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper Business.

Florida, R. (2019). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books.

Howkins, J. (2020). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books

Irawati, S. A., Wantara, P., & Arfy, W. R. (2023). Transformasi UMKM Kuliner: Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi Manajemen, 5*(1), 45-60.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Pratama, S. P., & Maulida, S. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Era Digital pada Subsektor Kuliner dalam Sinergi Menuju Smart Economy Kota Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi-Qu, 12*(1), 15-25.

Schumpeter, J. A. (2018). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Profil Penulis

DR. TRI WIDAYATI, S.E., M.SI., lahir di Semarang tanggal 28 April 1966. Menempuh Pendidikan S1 di SD Sta Clara Semarang lulus tahun 1979, SMP Negeri 4 Semarang lulus tahun 1982. Pendidikan SMA ditempuh di SMA 3 Semarang lulus tahun 1985. Pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Undip Jurusan Studi Pembangunan lulus tahun 1992, Menempuh pendudukan S2 di MIESP Undip Lulus tahun 2008. Pada tahun 2011 menempuh Program Doktor Di Undip dan lulus tahun 2017. Saat ini mengajar di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Untag Semarang. Mata kuliah yang diajar adalah Matematika Ekonomi, Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro, Ekonomi Manajerial dan Ekonomi Pancasila